

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

FAKULTAS EKONOMI DAN KOMUNIKASI

Jurusan Komunikasi Pemasaran

Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi

Semester Genap tahun 2011/2012

STRATEGI *MEDIA RELATIONS* UNTUK PUBLISITAS UNIVERSAL MUSIC INDONESIA MELALUI *EVENT JAY PARK ASIA PROMO TOUR* (PERIODE : MEI 2012)

Zarra Rachmah 1200967285

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tujuan dari kegiatan *media relations* dalam penyelenggaraan *event* oleh perusahaan dan mengetahui kriteria pemilihan media cetak untuk meningkatkan publisitas perusahaan melalui *event* yang diselenggarakan tersebut. Peneliti fokus pada kegiatan *media relations* yang dilakukan perusahaan, terutama dengan media cetak melalui *event* Jay Park Asia *Promo Tour* yang berlangsung pada tanggal 9-10 Mei 2012. **Metode penelitian** yang peneliti gunakan adalah metode penelitian kualitatif, yaitu dengan pengumpulan data menggunakan wawancara semi struktur (*structured interview*) dan observasi partisipan. **Hasil yang dicapai** peneliti dapatkan dari penelitian yang dilakukan adalah bahwa dengan kegiatan *media relations* yang perusahaan lakukan melalui *event* yang diselenggarakan dapat meningkatkan publisitas perusahaan tersebut. **Simpulan** dari penelitian ini adalah tujuan dari kegiatan *media relations* yang dilakukan pihak Universal Music Indonesia dalam penyelenggaraan *event* Jay Park Asia *Promo Tour* adalah untuk publisitas perusahaan, *eksposure* Jay Park, peningkatan *sales* dan mendapatkan perhatian publiknya. Dalam pemilihan media massa, pihak Universal Music Indonesia menyesuaikan dengan segmentasi media, sirkulasi dari media tersebut, seberapa besar *exposure* yang perusahaan inginkan dari media tersebut dan hasil publisitas dari media cetak sebelumnya.

Kata Kunci : *Media Relations*, Publisitas, *Event*